

РОЗВИТОК ОСВІТИ НА ОСНОВІ ПРИНЦИПІВ НЕКОМЕРЦІЙНОГО МАРКЕТИНГУ

к.е.н. Башук Т.О., Тімошова О.Є.
Сумський державний університет

Некомерційна діяльність соціальної сфери в Україні реалізується через задоволення потреб людей в таких важливих послугах як безкоштовна медицина і освіта, культура та забезпечення зайнятості, соціальне забезпечення.

Світовий досвід у соціальній сфері, підтверджує необхідність і можливість використання маркетингових підходів стосовно діяльності в некомерційній сфері й в Україні, тобто застосування некомерційного маркетингу. Маркетинговий підхід до некомерційної діяльності дозволяє, з одного боку, на більш якісному рівні задовольняти найважливіші соціальні потреби членів суспільства, а з іншого, – найбільш раціонально використовувати обмежені ресурси держави, що виділяються на розвиток соціальної сфери. Особливої уваги потребують послуги освіти, тому що рівень розвитку освіти будь-якої державі визначає економічний добробут та соціальне благополуччя суспільства.

Питанням аналізу ринку послуг освіти та застосування маркетингових підходів у некомерційній сфері присвячено багато праць російських вчених: Андрєєва С.М., Белостоцької О.А., Клейменової О.А., Маяцької І.М., Чеботарьової А.В. та українських науковців: Босак О.В., Зоської Я.В., Кратта О.А., Оболенської Т.С. та ін.

Важливою проблемою всіх рівнів професійної освіти (початкової, середньої і вищої) в Україні є його недостатня відповідність потребам ринку праці. Особливо гостро ця проблема стоїть у сфері вищої освіти. Основні правові принципи діяльності та розвитку вищої освіти визначені Законом України «Про вищу освіту» [1]. Вузи, як правило, готують фахівців з традиційним для кожного навчального закладу спеціальностями, не погодившись з потребами ринку праці, не відповідаючи тим самим соціальним замовленням економіки країни – сукупності потреб населення, організацій та держави. Сформувані соціальне замовлення і реалізувати його в рамках існуючої системи освіти неможливе без використання прогнозів потреби ринку праці у фахівцях різних професій кваліфікації. Виконати таку роботу можна тільки за допомогою використання основ та підходів некомерційного маркетингу, тобто розробляючи маркетингові стратегії, проводячи маркетингові дослідження ринку освітніх послуг, приймаючи маркетингові рішення, а також, застосування маркетингових технологій. Учасниками цього процесу повинні стати освітні установи, зацікавлені в затребуваності своїх послуг (що відображається у їх фінансовому благополуччі), населення, зацікавлена в одержанні освіти, що дає йому шанси знайти собі гідне місце на ринку праці, а також підприємства, організації установи, які є споживачами робочої сили і зацікавлені в її високій якості. Четвертий учасник ринку освітніх послуг держава – зацікавлене у виконанні державних гарантій населенню у сфері освіти, в мінімізації розмірів як соціальних трансфертів населенню на цілі освіти, так бюджетних витрат на реалізацію програм зайнятості. Задоволеність потреб усіх учасників цього ринку визначає необхідність застосування некомерційного маркетингу та критеріїв його ефективності, що сприятиме розвитку освіти.

Некомерційний маркетинг ґрунтується на теорії та принципах класичного маркетингу. Але специфіка некомерційного маркетингу вимагає значного переосмислення, доповнення та уточнення базових положень і методології маркетингу та їх адаптації стосовно до послуг освіти та некомерційної сфери взагалі.

Застосування некомерційного маркетингу в сфері освіти потребує вирішенню таких задач (табл. 1):

Таблиця 1 – Задачі некомерційного маркетингу в сфері освіти

Задачі маркетингу
-сформувати концепцію маркетингу в сфері освіти. З урахуванням особливостей цієї сфери;
-розробити механізм формування маркетингових стратегій для освітніх установ;
-сформувати комплекс інструментів маркетингових досліджень у сфері освіти;
-забезпечення населення необхідною інформацією про освітні установи і послуги;
-виявити основні напрямки з організації та управління маркетинговою діяльністю в освітніх установах з урахуванням сучасної ситуації в сфері освіти та можливостей допомоги з боку держави й суспільних організацій;

Освіта – одна з найбільш зростаючих і перспективних сфер економіки. За оцінками фахівців, в усьому світі обсяги попиту та пропозиції освітніх послуг зростають досить суттєво, особливо у вищій та післядипломній освіті, а в найбільш динамічно розвиваються темп їх щорічного зростання досягає 10-15% [2].

Практичне освоєння та застосування некомерційного маркетингу освітніми установами передбачає підготовку організаторських та науково-педагогічних кадрів сфери освіти, здатних діяти з урахування принципів некомерційного маркетингу. Тільки тоді некомерційний маркетинг зможе стати не тільки гарантією розвитку самого освітнього закладу на хвилі попиту, а й засобом розвитку попиту на освіту.

1. Закон України «Про вищу освіту» // <http://osvita.ua/legislation/Vishya-osvita/10496>.

2. Маркетинг образовательных услуг А.П. Панкрухин, <http://www.koism.rags.ru>.